

Analisis Kualitas Layanan dengan Metode Servqual dan AHP di Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil di Surabaya

Erlina Purnamawati
Teknik Industri FTI-UPN "Veteran Jatim"

INTISARI

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui indikator kualitas layanan yang menjadi prioritas untuk ditingkatkan kualitas layanannya dan mengetahui tingkat segmentasi pelanggan dengan menggunakan metode *Servqual* yang meliputi 5 dimensi utama yaitu *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance* dan *Empathy* dan *Analytic Hierarchy Process*.

Berdasarkan tingkat segmentasi pelanggan diperoleh hasil bahwa rata-rata tingkat harapan cluster 2 lebih tinggi dari cluster 1. Dari hasil analisis *Servqual* terbobot diketahui indikator yang harus ditingkatkan kualitas layanannya adalah Lay Out / tata letak ruangan Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil, Luas ruangan yang memadai, Jumlah loket yang tersedia, Fasilitas ruang tunggu yang nyaman, Keramahan, Kesopanan, dan rasa bersahabat pihak Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil terhadap pelanggan, Karyawan dapat mengenali pelanggan dengan baik, Karyawan dapat memahami dan mengantisipasi kebutuhan khusus pelanggan.

Kata Kunci: *Kualitas Layanan, Servqual, Analytic Hierarchy Process*

PENDAHULUAN

Pertumbuhan penduduk berkembang dengan sangat pesat hal ini ditandai dengan tingginya nilai atau angka kelahiran yang mendorong pemerintah untuk mendirikan instansi yang bertugas untuk melakukan pencatatan setiap angka kelahiran untuk memantau perkembangan/ pertumbuhan penduduk. Instansi ini sangat dibutuhkan oleh masyarakat dalam melaksanakan kewajibannya untuk membuat laporan kelahiran dan pencatatan akta kelahiran. Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil merupakan instansi pemerintah yang telah lama bergerak dalam bidang pencatatan akta kelahiran.

Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil selalu berusaha melayani kebutuhan masyarakat di bidang layanan kependudukan antara lain pembuatan KTP, pencatatan kematian, pencatatan kelahiran dan pencatatan akta perkawinan. Peneliti telah melakukan survey selama beberapa hari dan mengadakan wawancara langsung dengan masyarakat yang sedang menggunakan jasa dari Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil. Kesimpulan yang dapat ditarik dari hasil survey dan wawancara langsung adalah bidang pencatatan akta kelahiran yang paling banyak menerima keluhan dari masyarakat.

Masyarakat kurang percaya pada Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil disebabkan birokrasi dan citra pelayanan yang masih kurang bagus. Keluhan-keluhan yang muncul dari masyarakat diantaranya yaitu lahan parkir yang kurang luas, jumlah loket yang kurang banyak dan jam buka dan tutup kantor. Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil ini merasa sangat diperlukan oleh masyarakat yang menyebabkan pelayanannya kurang bagus dan kurang memikirkan kepuasan masyarakat.

Penelitian ini untuk menganalisis kepuasan masyarakat sebagai pengguna jasa Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil khususnya pada bidang Pencatatan Akta Kelahiran. Penelitian ini menggunakan metode *Servqual* (*Service Quality*) yang didefinisikan sebagai segala sesuatu yang memfokuskan pada usaha untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang disertai dengan ketepatan dalam menyampaikannya, sehingga tercipta kesesuaian yang seimbang dengan harapan konsumen. Dimensi-dimensi yang digunakan dalam metode ini ada 5 yaitu *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Empathy*. Dimensi-dimensi ini nantinya terbagi lagi menjadi beberapa variabel yang masing-masing merupakan indikator dari kualitas layanan.

Metode *Servqual* akan membantu pihak manajemen Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil untuk mengetahui informasi yang berkaitan dengan tingkat kepuasan masyarakat berdasarkan pada persepsi dan harapannya, sehingga diharapkan analisis ini mampu memberikan masukan yang tepat bagi pihak manajemen Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil kota Surabaya untuk pengembangan kualitas layanannya sehingga masyarakat semakin sadar akan pentingnya suatu pencatatan akta kelahiran selain mau dan mampu melaksanakan kewajibannya dengan baik.

Permasalahan yang akan diteliti dalam penelitian tugas akhir ini adalah : “Menganalisis kualitas layanan pada bidang pencatatan akta kelahiran di Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil dengan menggunakan metode *Servqual* dan *Analytical Hierarchy Process*.”

Definisi Jasa

Kotler (1995) mendefinisikan jasa adalah “ Setiap tindakan/ kegiatan yang ditawarkan satu pihak pada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksi jasa dapat atau tidak dapat berkaitan dengan produk fisik”.

Definisi layanan mutu Adi Zakaria Affif (Adi Zakaria Affif '94) adalah “ Berbagai tindakan/ kinerja yang ditawarkan suatu produk kepada orang lain yang pada dasarnya tidak dapat dilihat dan tidak menghasilkan hak milik terhadap sesuatu produksinya , dapat berkenaan dengan produk fisik atau tidak”.

Jasa/ pelayanan merupakan suatu kinerja penampilan, tidak berwujud dan cepat hilang, lebih dapat dirasakan daripada dimiliki serta pelanggan lebih dapat berpartisipasi aktif dalam proses mengkonsumsi jasa tersebut. Dalam strategi pemasaran, definisi jasa harus diamati dengan baik, karena pengertiannya

sangat berbeda dengan produk berupa barang. Kondisi dan cepat lambatnya pertumbuhan jasa akan sangat tergantung pada penilaian pelanggan terhadap kinerja yang ditawarkan oleh pihak produsen.

Ada tiga keputusan yang harus diambil pemasar dalam kaitannya dengan layanan kepada pelanggan antara lain :

1. Pelayanan/ Jasa-jasa apakah yang harus diberikan dalam melayani pelanggan

Pemasar perlu melakukan survei atas konsumen untuk mengidentifikasi pelayanan utama yang mungkin ditawarkan dan arti penting relatifnya, misalnya potongan harga, pelayanan yang sopan dan ramah dan lain-lain .

2. Tingkat pelayanan yang bagaimana yang ditawarkan

Pelanggan tidak hanya menginginkan pelayanan tertentu tetapi juga pelayanan dalam jumlah yang cukup dan mutu yang memadai. Badan usaha perlu membandingkan pelayanannya dengan pelayanan yang diberikan oleh pesaingnya dan kaitannya yang diharapkan oleh pelanggan contoh adanya kotak saran dan sistem pelayanan keluhan .

3. Dalam bentuk apakah pelayanan itu harus diberikan

Pemasar juga harus mengambil keputusan mengenai bentuk dari berbagai pelayanan yang akan ditawarkan .

Kepuasan Pelanggan

Konsep kepuasan pelanggan sebenarnya masih bersifat abstrak. Pencapaian kepuasan dapat merupakan proses yang sederhana maupun kompleks dan rumit. Pelanggan tidak cuma lebih banyak kecewa pada jasa dari pada barang, tetapi mereka juga jarang mengeluh. Salah satu alasannya adalah karena mereka juga ikut terlibat dalam proses pembuatan atau penciptaan jasa. Bila saran dari perusahaan konsultan menyebabkan semakin buruknya kinerja perusahaan kliennya, tidak bisa kita langsung meletakkan segala kesalahan pada pihak konsultan. Mungkin saja itu dikarenakan kliennya tidak memberitahukan dengan jelas dan lengkap segala aspek perusahaannya yang bisa mempengaruhi pengambilan keputusan dan hasil pencapaian. (Fandy Tjiptono 1994 hal 146)

Kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya (atau norma kinerja lainnya) dan kinerja actual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya. Engel, et al (1990) mengungkapkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purna beli dimana alternative yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (outcome) sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan. Seorang pakar pemasaran (Kotler,1994) menandakan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya .

Adanya kesamaan diantara beberapa definisi diatas, yaitu menyangkut kepuasan pelanggan (harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan), umumnya

harapan pelanggan merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang akan diterimanya bila ia membeli atau mengkonsumsi suatu produk (barang/ jasa).

Kualitas Layanan

Kualitas layanan atau *Service Quality* menurut Parasuraman (1997) dapat didefinisikan sebagai “ Seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan para pelanggan atas layanan yang mereka peroleh atau terima “. Sedangkan menurut Wyekof (love lock,1998) kualitas layanan dapat didefinisikan sebagai “ Tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan “.

Dari dua difinisi diatas maka kualitas layanan dapat didefinisikan sebagai segala sesuatu yang memfokuskan pada usaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen yang disertai dengan ketepatan dalam menyampaikannya, sehingga tercipta kesesuaian yang seimbang dengan harapan konsumen.

Dimensi-Dimensi Kualitas Layanan

Dari penelitian Parasuraman (1990) ada 10 dimensi umum yang mewakili kriteria penilaian yang digunakan pengguna jasa untuk kualitas pelayanan yaitu :

1. *Tangibles*, yaitu sebagai penampilan dari fisik, peralatan, personil dan alat-alat komunikasi.
2. *Reliability*, yaitu sebagai kemampuan untuk memberikan pelayanan yang telah diajanjikan dengan tepat.
3. *Responsiveness*, yaitu sebagai kemauan untuk membantu pengguna jasa dengan memberikan pelayanan yang tepat.
4. *Competence*, yaitu sebagai pengetahuan dan ketrampilan yang diperlukan dalam memberikan pelayanan.
5. *Courtesy*, yaitu sebagai sikap hormat, sopan santun dan ramah tamah yang diberikan dalam melakukan pelayanan.
6. *Credibility*, yaitu sebagai kepercayaan yang diberikan kepada pemberi jasa.
7. *Securit*, yaitu sebagai rasa bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan.
8. *Access*, yaitu sebagai kemudahan dijangkau dan dihubungi.
9. *Communication*, yaitu sebagai kemudahan berkomunikasi dengan pengguna jasa, termasuk kesediaan mendengarkan keluhan dan keinginan pengguna jasa.
10. *Understanding the customer*, yaitu sebagai usaha untuk mengerti kebutuhan dan keinginan pengguna jasa.

Berdasarkan konsep kualitas pelayanan dan 10 dimensi penilaian diatas, maka Parasuraman (1990) mengembangkan alat ukur untuk mengukur kualitas pelayanan yang disebut sebagai “*servqual*”. Pada tool *servqual*, 7 dimensi yang terakhir digolongkan ke dalam 2 dimensi yang lebih luas yaitu *assurance* dan *empathy*, sehingga dimensi-dimensi dalam *servqual* disederhanakan menjadi :

1. *Tangibles* : penampilan fisik, peralatan, personil, material-material komunikasi
2. *Reliability* : kemampuan untuk melaksanakan service yang telah dijanjikan secara akurat dan dapat diandalkan
3. *Responsiveness* : kemampuan untuk membantu pengguna jasa dan penyediaan service yang cepat
4. *Assurance* : pengetahuan dan kesopanan dari karyawan dan kemampuan mereka untuk mendapatkan kepercayaan pengguna jasa
5. *Empathy* : sikap peduli, perhatian secara individu yang diberikan oleh perusahaan kepada pengguna jasa

Model Kualitas Layanan

Ada banyak yang dapat dipergunakan untuk menganalisa kualitas jasa salah satunya gap model yang dikembangkan oleh Parasuraman, et al. Model ini selanjutnya dikenal dengan *SERVQUAL*. Dalam penelitiannya Parasuraman dan kawan-kawan (Leonard L Berry, Valerie A, Zeithaml) mengidentifikasi 5 gap yang menyebabkan kegagalan penyampaian jasa, yaitu :

1. Gap antara harapan konsumen dan persepsi manajemen.

Pada kenyataannya pihak manajemen suatu perusahaan tidak selalu dapat merasakan atau memahami apa yang diinginkan para pelanggan secara tepat. Akibatnya manajemen tidak mengetahui bagaimana suatu jasa seharusnya didesain, dan jasa-jasa pendukung / sekunder apa saja yang diinginkan oleh konsumen.

2. Gap antara persepsi manajemen terhadap harapan konsumen dan spesifikasi kualitas jasa.

Kadangkala manajemen mampu memahami secara tepat apa yang diinginkan oleh pelanggan, tetapi mereka tidak menyusun standart kinerja tertentu yang jelas. Hal ini bisa dikarenakan tiga faktor, yaitu tidak adanya komitmen total manajemen terhadap kualitas jasa, kekurangan sumber daya, atau karena adanya kelebihan permintaan.

3. Gap antara spesifikasi kualitas jasa dan penyampaian jasa.

Ada beberapa penyebab terjadinya gap ini, misalnya karyawan kurang terlatih beban kerja melampaui batas, tidak dapat memenuhi standart kinerja, atau bahkan tidak mau memenuhi standart kinerja yang ditetapkan.

4. Gap antara penyampaian jasa dan komunikasi eksternal.

Seringkali harapan pelanggan dipengaruhi oleh iklan dan pernyataan atau janji yang dibuat oleh perusahaan. Resiko yang dihadapi perusahaan adalah apabila janji yang diberikan tidak dapat dipenuhi.

5. Gap antara jasa yang dirasakan dan jasa yang diharapkan oleh konsumen.

Gap ini terjadi apabila pelanggan mengukur kinerja / prestasi perusahaan dengan cara yang berlainan, atau bisa juga keliru mempersepsikan kualitas jasa tersebut. (Fandy Tjiptono, 1996 :80)

Persepsi

Definisi persepsi menurut Leon G Schiffman dan Leslie L Kanuk (Schiffman dan Kanuk, 1991) adalah "*Process by which an individual select,*

organizes, and interprets stimuli into a meaningful and coherent picture of the world". Artinya persepsi dapat didefinisikan sebagai proses dimana seseorang memilih, mengorganisasi dan menginterpretasikan rangsangan (stimuli) dari luar, yang diterimanya ke dalam suatu gambaran yang berarti dan lengkap tentang dunianya.

Dalam keadaan yang sama persepsi seseorang terhadap sesuatu rangsangan dapat berbeda terhadap persepsi orang lain, karena setiap orang tidak sama dalam kebutuhan, nilai, harapan dan kesukaannya .

Analytical Hierarchy Process (AHP)

Analitical Hierarchy Process (AHP) adalah sebuah hirarki fungsional dengan input utamanya persepsi manusia. Dengan hirarki suatu masalah yang kompleks dan tidak terstruktur dipecahkan ke dalam kelompok-kelompoknya. Kemudian diatur menjadi suatu bentuk hirarki. (Thomas L. Saaty; 1993; 25)

Model AHP memakai input persepsi manusia yang dianggap expert. Kriteria expert disini bukan berarti bahwa orang tersebut harus lebih jenius, pintar, bergelar dan sebagainya tetapi lebih mengacu pada orang yang benar-benar mengerti tentang permasalahan yang diajukan, merasakan akibat suatu masalah atau punya kepentingan terhadap masalah tersebut. Karena menggunakan input yang kualitatif (persepsi manusia) maka model ini juga dapat mengolah hal-hal yang kualitatif disamping hal-hal yang kuantitatif.

Adapun kelebihan dari model AHP dibandingkan dengan yang lainnya :

1. Struktur yang berhirarki, sebagai konsekuensi dari kriteria yang dipilih, sampai pada subkriteria yang paling dalam.
2. Memperhitungkan validitas sampai dengan batas toleransi inkonsistensi berbagai kriteria dan alternatif yang dipilih oleh para pengambil keputusan.
3. Memperhitungkan daya tahan atau ketahanan output analisis sensitivitas pengambil keputusan.
4. Kemampuannya memecahkan masalah yang multi objektif dan multikriteria.

Disamping itu, model AHP juga memiliki kelemahan yang dapat berakibat fatal, misalnya ketergantungan model ini pada input berupa persepsi seorang expert akan membuat hasil akhir dari model ini menjadi tidak ada artinya apabila orang expert tersebut memberikan penilaian yang keliru. (Bambang P.S,1992:5-6)

METODE PENELITIAN

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui indikator kualitas layanan yang menjadi prioritas untuk ditingkatkan kualitas layanannya dan mengetahui tingkat segmentasi pelanggan dengan menggunakan metode *Servqual*

Variabel penelitian ini terdiri dari variable terikat yaitu tingkat kepuasan pelanggan dan variable bebas yaitu *Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, Emphaty*.

Pengumpulan data diperoleh melalui kuisioner dari jawaban respeonden. Analisa data menggunakan metode *Servqual* dengan pembobotan menggunakan metode Analitycal Hierarchy Process

HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah dilakukan pengumpulan data kuesioner dan dibuat rekapitulasi data persepsi pelanggan maka dapat dilakukan perhitungan nilai rata-rata persepsi pelanggan, hasil seperti tersebut pada table 1

Tabel 1 Nilai Rata-Rata Persepsi Pelanggan

No	Variabel	Rata2
1	Lay out/ tata letak ruangan Dispenduk dan Capil	4,231
2	Luas ruangan yang memadai	4,046
3	Jumlah loket yang tersedia	4,215
4	Fasilitas ruang tunggu yang nyaman	4,338
5	Kebersihan ruangan	4,646
6	Lahan parkir luas	4,631
7	Jam buka-tutup kantor	4,662
8	Biaya pencatatan akta kelahiran yang terjangkau	4,154
9	Data-data persyaratan pencatatan akta kelahiran tidak hilang	4,138
10	Kecepat-tanggapan pihak manajemen dan karyawan dalam menyelesaikan masalah pelanggan	4,677
11	Ketepatan janji pihak manajemen dan karyawan dalam menyelesaikan masalah pelanggan	4,692
12	Birokrasi yang mudah dan cepat	4,769
13	Keramahan, kesopanan, dan rasa bersahabat pihak Dispenduk dan Capil terhadap pelanggan	4,615
14	Karyawan Dispenduk dan Capil memiliki pengetahuan dan keterampilan yang luas	3,815
15	Keamanan kendaraan yang diparkir	4,031
16	Kemudahan menyampaikan keluhan pelanggan kepada pihak manajemen	4,154
17	Karyawan dapat mengenali pelanggan dengan baik	4,2
18	Karyawan dapat memahami dan mengantisipasi kebutuhan khusus pelanggan	3,846
Rata-Rata		4,326

Berdasarkan tabel diatas dapat dibuat suatu urutan nilai rata-rata persepsi tiap kriteria mulai dari yang paling kecil yaitu karyawan Dispenduk dan Capil memiliki pengetahuan dan keterampilan yang luas ke nilai rata-rata yang terbesar yaitu birokrasi yang mudah dan cepat

Namun nilai persepsi pelanggan yang paling besar terhadap suatu kriteria belum tentu menjamin kepuasan pelanggan pada kriteria tersebut karena

kepuasan pelanggan tidak hanya dilihat dari nilai persepsinya saja namun juga dengan memperhatikan nilai harapan pelanggan terhadap kriteria tersebut.

Setelah dilakukan pengumpulan data kuesioner dan dibuat rekapitulasi data harapan pelanggan maka dapat dilakukan perhitungan nilai rata-rata harapan pelanggan hasilnya seperti tersebut pada table 2

Tabel 2Nilai Rata-Rata Harapan Pelanggan

No	Variabel	Rata2
1	Lay out/ tata letak ruangan Dispenduk dan Capil	4,246
2	Luas ruangan yang memadai	4,277
3	Jumlah loket yang tersedia	4,662
4	Fasilitas ruang tunggu yang nyaman	4,769
5	Kebersihan ruangan	3,938
6	Lahan parkir luas	3,615
7	Jam buka-tutup kantor	4,4
8	Biaya pencatatan akta kelahiran yang terjangkau	4,015
9	Data-data persyaratan pencatatan akta kelahiran tidak hilang	4,031
10	Kecepat-tanggapan pihak manajemen dan karyawan dalam menyelesaikan masalah pelanggan	3,969
11	Ketepatan janji pihak manajemen dan karyawan dalam menyelesaikan masalah pelanggan	3,923
12	Birokrasi yang mudah dan cepat	3,892
13	Keramahan, kesopanan, dan rasa bersahabat pihak Dispenduk dan Capil terhadap pelanggan	4,108
14	Karyawan Dispenduk dan Capil memiliki pengetahuan dan keterampilan yang luas	4,462
15	Keamanan kendaraan yang diparkir	3,785
16	Kemudahan menyampaikan keluhan pelanggan kepada pihak manajemen	3,538
17	Karyawan dapat mengenali pelanggan dengan baik	4,785
18	Karyawan dapat memahami dan mengantisipasi kebutuhan khusus pelanggan	4,677
Rata-Rata		4,172

Berdasarkan table 2 diatas dapat dibuat suatu urutan nilai rata-rata persepsi tiap kriteria mulai dari yang paling kecil yaitu kemudahan menyampaikan keluhan pelanggan kepada pihak manajemen ke nilai rata-rata terbesar yaitu karyawan dapat mengenali pelanggan dengan baik

Hal ini terlihat bahwa semakin besar nilai rata-rata harapannya berarti semakin besar pula harapan untuk diperbaiki kualitas layanannya. Telah kita ketahui bahwa yang menduduki peringkat pertama atau memiliki nilai paling besar adalah kriteria karyawan dapat mengenali pelanggan dengan baik. Ini menandakan bahwa masyarakat sangat

menginginkan adanya perbaikan kualitas khususnya untuk variabel karyawan dapat mengenali pelanggan dengan baik.

Perhitungan Nilai Servqual

Nilai *Gap* dapat diartikan sebagai nilai selisih antara nilai persepsi dan nilai harapan atau dengan kata lain selisih antara nilai yang dipersepsikan oleh pelanggan dengan nilai yang diharapkan oleh pelanggan. Nilai yang positif menunjukkan bahwa pihak Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil tidak perlu meningkatkan kualitas layanannya cukup dipertahankan saja karena sudah mampu memberikan pelayanan sesuai dengan yang diharapkan pelanggan. Jika nilai negative maka pihak Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil harus meningkatkan kualitas layanannya karena belum mampu untuk memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang diharapkan oleh pelanggan.

Adapun hasil perhitungan secara keseluruhan seperti tersebut pada table 3

Tabel 3 Nilai *Servqual*

No	Var	Atribut	Persepsi	Harapan	Gap (Servqual)
1	X1.1	Lay out/ tata letak ruangan	4,231	4,246	-0,015
2	X1.2	Luas ruangan yang memadai	4,046	4,277	-0,231
3	X1.3	Jumlah loket yang tersedia	4,215	4,662	-0,447
4	X1.4	Fasilitas ruang tunggu nyaman	4,338	4,769	-0,431
5	X1.5	Kebersihan ruangan	4,646	3,938	0,708
6	X1.6	Lahan parkir luas	4,631	3,615	1,016
7	X2.1	Jam buka-tutup kantor	4,662	4,4	0,262
8	X2.2	Biaya pencatatan akta kelahiran	4,154	4,015	0,139
9	X2.3	Data-data persyaratan pencatatan tidak hilang	4,138	4,031	0,107
10	X3.1	Kecepat-tanggapan manajemen penyelesaian masalah pelanggan	4,677	3,969	0,708
11	X3.2	Ketepatan janji manajemen dan menyelesaikan masalah pelanggan	4,692	3,923	0,769
12	X3.3	Birokrasi yang mudah dan cepat	4,769	3,892	0,877
13	X4.1	Keramahan, kesopanan dan rasa bersahabat terhadap pelanggan	4,615	4,108	0,507
14	X4.2	Karyawan memiliki pengetahuan dan keterampilan yang luas	3,815	4,462	-0,647
15	X4.3	Keamanan kendaraan yang diparkir	4,031	3,785	0,246
16	X5.1	Kemudahan menyampaikan keluhan kepada manajemen	4,154	3,538	0,616
17	X5.2	Karyawan dapat mengenali pelanggan dengan baik	4,2	4,785	-0,585
18	X5.3	Karyawan dapat memahami kebutuhan khusus pelanggan	3,846	4,677	-0,831
Rata - rata			4,326	4,172	

Berdasarkan tabel diatas jika nilai kualitas layanan positif maka hanya perlu dipertahankan kualitas layanannya dan jika bernilai negatif maka harus ditingkatkan kualitas layanannya.

Perhitungan Pembobotan dengan AHP

Pada penelitian ini digunakan metode AHP untuk menentukan bobot . Bobot yang diperoleh dari hasil Proses Hirarki Analitis dapat dilihat pada tabel 4

Tabel 4 Hasil Perhitungan Bobot Kriteria Utama

No	Kriteria Utama	Bobot Dimensi
1	Tangibles	0.170
2	Reliability	0.174
3	Responsiveness	0.288
4	Assurance	0.192
5	Emphaty	0.175
Jumlah		1

Perhitungan Nilai Servqual Terbobot

Nilai Servqual adalah nilai yang diperoleh dari selisih persepsi responden terhadap kualitas layanan yang diterima dengan harapan responden terhadap kualitas layanan yang ada.

Jika suatu kriteria mampu memiliki selisih positif menunjukkan bahwa pihak penyedia jasa telah mampu memberikan jasa sesuai harapan pelanggan sedangkan jika memiliki selisih negatif berarti jasa belum mampu memberikan jasa sesuai harapan pelanggan.

Hasil perhitung nilai servqual terbobot seperti tersebut pada table 5

Tabel 5 Hasil Perhitungan Servqual Terbobot

No	Variabel	Bobot Dimensi	Bobot Sub Kriteria	Servqual	Servqual Terbobot
1	X1.1	0.170	0.021	-0.015	-0.000315
2	X1.2		0.035	-0.231	-0.008085
3	X1.3		0.037	-0.447	-0.016539
4	X1.4		0.029	-0.431	-0.012499
5	X1.5		0.022	0.708	0.015576
6	X1.6		0.027	1.016	0.027432
7	X2.1	0.174	0.054	0.263	0.014202
8	X2.2		0.034	0.139	0.004726
9	X2.3		0.086	0.107	0.009202
10	X3.1	0.288	0.128	0.708	0.090624
11	X3.2		0.049	0.769	0.037681
12	X3.3		0.111	0.877	0.097347

13	X4.1	0.192	0.077	0.507	0.039039
14	X4.1		0.038	-0.647	-0.024586
15	X4.3		0.077	0.246	0.018942
16	X5.1	0.175	0.034	0.616	0.020944
17	X5.2		0.086	-0.585	-0.050310
18	X5.3		0.054	-0.831	-0.044874

Dari hasil perhitungan nilai kualitas layanan terbobot terdapat nilai-nilai yang negatif ini menunjukkan bahwa pada kriteria tersebut harus ditingkatkan kualitas layanannya. Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Surabaya harus meningkatkan kualitas layanan dari kriteria sebagai berikut :

- Lay Out / tata letak ruangan Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil
- Luas ruangan yang memadai
- Jumlah loket yang tersedia
- Fasilitas ruang tunggu yang nyaman
- Keramahan, Kesopanan, dan rasa bersahabat terhadap pelanggan
- Karyawan dapat mengenali pelanggan dengan baik
- Karyawan dapat memahami dan mengantisipasi kebutuhan khusus pelanggan

Analisa Hasil dan Pembahasan

Setelah semua perhitungan dilakukan maka dapat dilakukan analisa sebagai berikut :

Analisa Nilai Servqual, Nilai Pembobotan dan Nilai Servqual Terbobot

Dari perhitungan servqual, pembobotan dan servqual terbobot yang telah dilakukan maka diketahui kriteria mana saja yang perlu ditingkatkan agar pelayanan yang diterima oleh pelanggan sesuai dengan harapan pelanggan. Hasil Perhitungan Servqual Terbobot dimana terdapat nilai servqual terbobot yang negatif sebanyak 7 variabel. Kriteria yang harus ditingkatkan kualitas pelayannya adalah :

- Lay Out / tata letak ruangan Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil
Dipikirkan untuk meredesign tata letak ruangan sehingga proses pelayanan lebih baik lagi.
- Luas ruangan yang memadai
Apabila perbaikan tata letak dilakukan maka luas ruangan yang memadai akan berdampak bagus sehingga luas ruangan sesuai dengan harapan pelanggan dan menjadi lebih bagus.
- Jumlah loket yang tersedia
Apabila perbaikan perbaikan tata letak dilakukan maka jumlah loket yang tersedia akan ditambah atau diperbanyak.
- Fasilitas ruang tunggu yang nyaman
Apabila perbaikan perbaikan tata letak dilakukan maka fasilitas ruang tunggu akan dipikirkan untuk dibuat lebih nyaman.
- Keramahan, Kesopanan, dan rasa bersahabat pihak Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil terhadap pelanggan

Organisasi pegawai negeri harus berubah sekarang bukan sebagai penguasa tetapi sebagai pelayan masyarakat sehingga harus lebih ramah, sopan dan memiliki rasa bersahabat terhadap pelanggan.

6. Karyawan dapat mengenali pelanggan dengan baik
Karyawan harus mengenali pelanggan karena pelanggan merupakan klien sehingga tidak harus dirugikan.
7. Karyawan dapat memahami dan mengantisipasi kebutuhan khusus pelanggan
Karyawan selama ini kurang memahami dan mengantisipasi kebutuhan khusus pelanggan sehingga pelayanan perlu ditingkatkan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa nilai servqual yang terbobot harus dilakukan peningkatan kualitas layanannya maka indikator kualitas layanan yang harus ditingkatkan kualitas pelayanannya adalah Lay Out / tata letak ruangan, Luas ruangan yang memadai, Jumlah loket yang tersedia, Fasilitas ruang tunggu yang nyaman, Keramahan. Kesopanan, dan rasa bersahabat terhadap pelanggan, sehingga antara kenyataan yang diterima oleh pelanggan sesuai dengan harapan yang dimiliki oleh pelanggan.

Saran yang disampaikan kepada pihak manajemen Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil bahwa perlunya dilakukan penelitian kepuasan pelanggan secara berkala dan terus menerus sehingga dapat diketahui variabel kualitas layanan apa yang dipentingkan oleh pelanggan dari waktu ke waktu karena keinginan dan persepsi dari pelanggan semakin berkembang seiring dengan perkembangan waktu.

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, P, 1997. Manajemen Pemasaran. PT. Prehallindo, Jakarta
- Parasuraman A, Zeithaml and Berry L. Leonard, 1990. Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions And Expectations. The Free Press, New York
- Permadi, B, 1992. AHP. Departemen Pendidikan & Kebudayaan Pusat Antar Universitas-Studi Ekonomi Universitas Indonesia, Jakarta
- Santoso, S dan Tjiptono F, 2001. Riset Pemasaran. PT. Elex Media Komputindo, Jakarta
- Sudjana, 1996. Metode Statistika. TARSITO, Bandung
- Supranto, MA, J, Prof, 1997, Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Paspppar. Rineka Cipta, Jakarta
- Tjiptono, F, 1997. Total Quality Service (TQS). ANDI, Yogyakarta